इस किताब की दलील है कि पहले सरकार ने मीडिया का प्रयोग कर लोगों को भ्रम में रखा। अब ख़ुद मीडिया बाज़ार और सरकार का, यहाँ तक कि आंदोलनों का प्रयोग इस भ्रम को बनाए रखने में कर रहा है कि वही लोगों का सच्चा हितैषी है।

होने की दलील देने वाले ऐसे तमाम मीडियाकर्मियों के तर्कों को ख़ारिज करती है जो धंधे की गड़बड़ियों को नैतिकता की फूलझाड़ू से ठीक करना चाहते हैं।'[3]

मीडिया को सामाजिक सरोकारों और नैतिकता से जोड़कर देखने की दलील पारम्परिक उदारतावादी रवैये की देन है। इसके पीछे बहुत हद तक पुनर्जागरण के समय निभायी गयी मीडिया की भूमिका एक कारण की तरह मौजूद है। उस समय मीडिया ने धार्मिक-सामाजिक रूढ़ियों के विरुद्ध प्रचार में सहायता की थी जिससे उसकी साख लोकतंत्र और प्रगति के समर्थक की बन गयी थी। आज भी मीडिया को उसकी इस ऐतिहासिक भूमिका की रोशनी में ही परिभाषित किया जाता है।[4] अपनी इस भूमिका के कारण ही पारम्परिक उदारतावादी नज़रिया मुक्त बाज़ार आधारित मीडिया को लोकतंत्र का सबसे महत्त्वपूर्ण आधार मान कर चलता है। इस विचार के मुताबिक मीडिया जनमत-निर्माण, विभिन्न विषयों पर वाद-विवाद, सरकार और नागरिकों के बीच कड़ी, विविध विचारों की अभिव्यक्ति और सबसे महत्वपूर्ण राज्य-व्यवस्था पर नज़र रखने की भूमिका निभाता है।[5] दूसरी ओर मार्क्सवादी और अन्य रैडिकल विद्वान हैं जो मीडिया का विश्लेषण राजनीतिक-आर्थिक दृष्टि से करते हुए उसे प्रभुत्वशाली वर्ग का औज़ार करार देते हैं। उनके अनुसार मुक्त बाज़ार आधारित उदारवादी व्यवस्था में काम करने वाला निजी मीडिया केवल मुनाफ़ा देख कर ही काम करता है। चूँकि ज़्यादा मुनाफ़ा कमाने के लिए राजनीतिक संरक्षण आवश्यक है इसलिए मुख्यधारा का मीडिया कभी राज्य-व्यवस्था में आमूल परिवर्तन की बात नहीं करता और न ही उग्र रूप से राज्य का विरोध करता है।[6] यह आलोचना बताती है कि विज्ञापन मीडिया के मुनाफ़े का प्रमुख आधार है इसलिए वह दर्शक को लगातार उपभोक्ता बनाने की कोशिश करता रहता है। मुनाफ़े के लिए आवश्यक है कि मीडिया द्वारा प्रसारित विज्ञापन ज़्यादा से ज़्यादा लोगों तक पहुँचे और इसके उपभोक्ताओं की रुचि को समान बनाना ज़रूरी है। यही कारण है कि मीडिया का रुझान अब अपने श्रोताओं और दर्शकों के अराजनीतिकरण की तरफ़ बढ़ गया है। मीडिया में मनोरंजन का आधिक्य भी इसी रुझान का परिणाम है।[7] वैश्वीकरण के समय में मीडिया के स्वामित्व और नियंत्रण के संदर्भ में लगातार बढ़ती इज़ारेदारी को भी यह राजनीतिक-आर्थिक नज़रिया रेखांकित करता है।

---

[3] विनीत कुमार (2012) : 12.

[4] एस. मैक ब्राग्ड (1980), *मेनी ऑसिस, वन वर्ल्ड : कम्युनिकेशन ऐंड सोसायटी टुडे ऐंड टुमॉरो,* एंकर प्रेस, न्यूयॉर्क.

[5] एस. होल्मर (1990), 'लिबरल कॉन्स्ट्रेंट्स ऑन प्राइवेट पॉवर? रिफ्लेक्शंस ऑन द ऑरिज़िन ऐंड रैशनेल एक्सेस रेग्यूलेशन', जे लिट्चनबर्ग (सम्पा.) *मास मीडिया ऐंड डेमॉक्रैसी,* कैम्ब्रिज युनिवर्सिटी प्रेस, न्यूयॉर्क; डी. केली और आर. डॉनवे (1990), 'लिबरलिज़म एंड फ्री स्पीच', जे. लिट्चनबर्ग (सम्पा.), *मास मीडिया ऐंड डेमॉक्रैसी,* कैम्ब्रिज युनिवर्सिटी प्रेस, न्यूयॉर्क.

[6] ई. हरमन और नोम चॉम्स्की (१९८८), *मैन्यूफैक्चरिंग कांसेंट,* पैंथिअन प्रेस, न्यूयॉर्क; ऐन. चॉम्स्की (१९८९), *नेसेसरी इल्यूज़न : थॉट कंट्रोल इन डेमॉक्रैटिक सोसायटीज़,* प्लूटो प्रेस, लंदन.

[7] ई. हरमन और आर. मैक कैस्ने (१९९७), द *ग्लोबल मीडिया,* कॉसल प्रेस, लंदन; बी. बाग्रडिकियन, (१९८३), द *मीडिया मोनोपॅली,* बीकन प्रेस, बॉस्टन।